

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang terdiri dari ribuan pulau dan beraneka raga ragam keindahan alam serta dihuni oleh ratusan suku bangsa dengan aneka budaya sesungguhnya memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan terutama dalam bidang pariwisata. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam Indonesia, karena keindahan dan kekayaan alam Indonesia menjadi salah satu daya tarik yang ditawarkan kepada wisatawan.

Dalam Undang-Undang No.10 tentang Kepariwisata yang menyatakan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.¹

Pariwisata telah tumbuh menjadi devisa yang menguntungkan karena sektor ini merupakan salah satu penghasil devisa bagi negara yang harus ditingkatkan. Data mengenai kunjungan wisata ditingkat nasional dapat dilihat pada tabel I.1.

Keberadaan sektor pariwisata juga memiliki prospek yang cerah dikemudian hari bagi pembangunan. Selain itu pariwisata memberikan peluang besar karena konsumsi jasa. Komoditas wisata bagi sebagian besar

¹ Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, p.3

masyarakat telah menjadi salah satu kebutuhan. Dampak ekonomi dari pariwisata tidak hanya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tetapi juga wisatawan domestik. Data mengenai kunjungan wisatawan nasional serta kontribusinya terhadap perekonomian negara dapat dilihat tabel I.2.

Tabel I.1

Jumlah Wisatawan Mancanegara Tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)	Penerimaan Devisa (Juta US \$)
2009	6.323.730	6,297
2010	7.002.944	7,603
2011	7.649.731	8,554
2012	8.044.462	9,120
2013	8.802.129	10,054

Sumber : Pusdatin Kemenparekaf dan BPS Jakarta, Tahun 2009-2013

Tabel I.2

Jumlah Wisatawan Nasional Tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)	Rata-rata pengeluaran (Juta USD)
2009	5.053.269	4,939
2010	6.235.606	6,090
2011	6.750.416	6,308
2012	7.453.633	6,903
2013	7.973.440	7,274

Sumber: Pusdatin Kemenparekaf dan BPS Jakarta, Tahun 2009-2013

Salah satu daerah tujuan wisata Indonesia adalah kota DKI Jakarta. Dalam mengembangkan perekonomiannya, pemerintah kota DKI Jakarta

menitikberatkan pada sektor jasa yang mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya wisata yang ada. Hal ini dapat dilihat dari keberagaman objek wisata dan potensi lainya yang dimiliki oleh kota DKI Jakarta, diantaranya objek wisata ilmiah yang bertaraf internasional, wisata bahari, wisata sejarah, wisata pendidikan, wisata air dan rekreasi. Oleh karena itu, kota DKI Jakarta menjadi daerah tujuan wisata. Data kunjungan wisatawan ke Kota DKI Jakarta dapat dilihat tabel I.3.

Tabel I.3

Kunjungan Wisatawan Kota DKI Jakarta tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah pengunjung (per tahun)
2009	23.879.142
2010	24.164.600
2011	29.983.006
2012	24.405.928
2013	8.274.493

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta, Tahun 2009-2013

Perkembangan jumlah wisatawan di Kota DKI Jakarta diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah maupun nasional. Wisata dapat membuka peluang kerja sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Untuk memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan perlu diupayakan pengembangan produk dan jasa yang keterkaitan dengan sektor pariwisata. Hal ini dapat memacu tumbuhnya berbagai jenis usaha di sektor pariwisata.

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) adalah salah satu hiburan yang dibangun pada tahun 1975 terletak di Pondok Gede, Kecamatan Pasar Rebo, Jakarta Timur. Diprakarsai oleh Ibu Tien Soeharto dengan konsep sebagai miniatur Indonesia yang memuat kelengkapan Indonesia dengan segala

isinya, kekayaan alam, kebudayaan dan kekayaan lainnya. Pada tahun 2009, TMII mengadakan kerjasama dengan PT. Arum Investment Indonesia dibawah Arum Inside Ltd. Seoul, Korea untuk berinvestasi kepada pariwisata TMII untuk membangun wahana baru yaitu *Snowbay Waterpark* dengan investasi 120 milyar rupiah yang mengusung konsep yang didominasi nuansa pegunungan salju yang luar biasa.² *Snowbay Waterpark* TMII dengan tagline “*Amazing Watertainment*” memang salah satu wahana air yang menakjubkan. *Snowbay Waterpark* TMII menghadirkan kolam renang umum yang saat ini sudah ada di *Waterpark* lainnya di sekitar Jabodetabek. Keutamaan dari *Snowbay Waterpark* TMII memiliki *Hurricane* dan *Flush Bowl* yang hadir pertama kali di Asia Tenggara. Selain itu, Kolam Ombak menawarkan tujuh jenis ombak dengan ketinggian 3 meter, Kolam Arus atau *Typhoon River* yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang tidak hanya berasal dari kota DKI Jakarta, namun masyarakat yang tinggal di luar kota DKI Jakarta.³

Sejumlah taman rekreasi dan obyek wisata kebajiran pengunjung ketika momentum liburan sekolah mulai bulan mei hingga juni terutama *Snowbay Waterpark* TMII saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat .⁴ Hal ini merupakan gejala yang menggembirakan bagi pengelola obyek wisata *Snowbay Waterpark* TMII. Namun seiring tingkat persaingan yang semakin ketat dari obyek wisata lain seperti *Waterbom* Jakarta, Pantai Indah Kapuk, *Atlantis Water Adventures*, Ancol Jakarta, dan *Waterpark Eldorado* Cibubur, Jakarta, maka pihak pengelola *Snowbay Waterpark* TMII dituntut untuk memahami konsumen secara mendalam mengenai karakteristik konsumen

² Kresnamurti, Agung dan Siskawati, Dian.”Analisis Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pengunjung Snowbay Waterpark TMII)”. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol.2, No. 2, 2011

³ Snowbay Waterpark TMII (2014), <http://www.snowbay.co.id/>, (Diakses pada 10 Juli 2014 pada pukul 15.14 WIB)

⁴ Rikang, Raymundus. “<http://www.tempo.co/read/news/2014/06/22/090587095/Libur-Sekolah-Taman-Rekreasi-Banjir-Pengunjung>, (Diakses pada 8 Agustus 2014 pada pukul 20.18 WIB)

dan keputusan konsumen untuk memilih membeli jasa wisata *Snowbay Waterpark* TMII. Dan atas dasar tersebut penulis memberi judul Karya Ilmiah yaitu” **Analisis Keputusan Pembelian dalam Pemilihan Jasa Wisata di *Snowbay Waterpark* TMII, Jakarta**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan maka dapat dibuat perumusan permasalahanya sebagai berikut :

Bagaimana proses keputusan pembelian konsumen jasa wisata *Snowbay Waterpark* TMII, Jakarta ?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui proses keputusan pembelian konsumen dalam pemilihan jasa wisata di *Snowbay Waterpark* TMII

2. Manfaat Penulisan

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana pengembangan wawasan dan diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dan mencari solusi bagi permasalahan yang timbul di dunia nyata.

b. Bagi Pengelola *Snowbay Waterpark* TMII

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan saran positif dan sebagai rekomendasi dalam melakukan perancangan strategi pemasaran.

c. Bagi Universitas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah univeritas yang dibuat oleh mahasiswa serta untuk dapat mengetahui

kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menulis Karya Ilmiah.